



KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN
REPUBLIK INDONESIA

KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN
NOMOR 391 TAHUN 2024
TENTANG
PETUNJUK PELAKSANAAN PROGRAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH *MEET MARKET*

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

- Menimbang : a. bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) obat bahan alam dan kosmetik perlu didukung dalam meningkatkan akses pemasaran produk;
- b. bahwa untuk mendukung UMKM obat bahan alam dan kosmetik sebagaimana dimaksud dalam huruf a, Badan Pengawas Obat dan Makanan menyelenggarakan program UMKM *Meet Market* yang melibatkan mitra dan pelaku UMKM;
- c. bahwa untuk keseragaman pelaksanaan program sebagaimana dimaksud dalam huruf b, perlu disusun petunjuk pelaksanaan;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah *Meet Market*;
- Mengingat : 1. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 180);
2. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1002) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 629);
3. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis pada Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 611);

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PROGRAM USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH *MEET MARKET*.
- Kesatu : Menetapkan dan memberlakukan Petunjuk Pelaksanaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah *Meet Market* yang selanjutnya disebut *Juklak UMKM Meet Market* sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Keputusan ini.
- Kedua : *Juklak UMKM Meet Market* sebagaimana dimaksud dalam diktum Kesatu digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan Program *UMKM Meet Market* bagi:
- a. Badan Pengawas Obat dan Makanan;
 - b. mitra; dan
 - c. pelaku UMKM.
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 15 Oktober 2024

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

ttd.

TARUNA IKRAR

Salinan Sesuai Dengan Aslinya

BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN

Kepala Biro Hukum dan Organisasi,




Reghi Perdana

LAMPIRAN
KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN
NOMOR 391 TAHUN 2024
TENTANG
PETUNJUK PELAKSANAAN PROGRAM USAHA, MIKRO, KECIL,
DAN MENENGAH *MEET MARKET*

PETUNJUK PELAKSANAAN
PROGRAM USAHA, MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH *MEET MARKET*

A. Latar Belakang

Salah satu misi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yaitu memfasilitasi percepatan pengembangan dunia usaha obat dan makanan dengan keberpihakan terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam rangka membangun struktur ekonomi yang produktif dan berdaya saing untuk kemandirian bangsa. Untuk mewujudkan misi tersebut, BPOM melakukan pendampingan UMKM obat bahan alam dan kosmetik dalam pemenuhan standar sarana dan mutu produk sehingga pelaku UMKM mampu menghasilkan produk yang aman, berkhasiat/bermanfaat dan bermutu serta berdaya saing.

Kendala yang masih dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu rendahnya literasi pelaku usaha, keterbatasan aksesibilitas bahan baku, cara produksi belum sesuai dengan cara produksi yang baik (*Good Manufacturing Practices*), klaim/promosi tidak sesuai ketentuan, dan keterbatasan akses pasar. Salah satu upaya BPOM dalam mendukung UMKM obat bahan alam dan kosmetik yaitu dengan memberikan kepastian pasar di Indonesia melalui program *UMKM Meet Market*.

Dengan adanya kepastian pasar melalui program *UMKM Meet Market* diharapkan produk UMKM yang aman, berkhasiat/bermanfaat dan bermutu dapat dikenal masyarakat sehingga dapat menekan permintaan produk ilegal. Selain itu dengan kepastian pasar, UMKM dapat bertahan dan terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

Program *UMKM Meet Market* merupakan bentuk kemitraan antara BPOM dengan mitra pemasaran baik secara elektronik maupun non elektronik untuk memfasilitasi pemasaran bagi produk UMKM. Program ini dilaksanakan secara nasional oleh UPT BPOM di seluruh Indonesia. Agar program ini dapat dilaksanakan secara optimal dan berkelanjutan, maka disusunlah petunjuk pelaksanaan (juklak) program *UMKM Meet Market* sebagai acuan dalam rangka pelaksanaan program *UMKM Meet Market* oleh BPOM, pelaku UMKM, dan mitra.

B. Manfaat

Manfaat Program *UMKM Meet Market* sebagai berikut:

1. Manfaat bagi BPOM:
 - a. Mendukung peningkatan peredaran produk obat bahan alam dan kosmetik yang aman, bermanfaat, dan bermutu di pasaran; dan
 - b. Mendukung percepatan pengembangan dunia usaha obat bahan alam dan kosmetik dengan keberpihakan terhadap UMKM.

2. Manfaat bagi pelaku UMKM:
 - a. Mendapatkan peningkatan pengetahuan terkait pengelolaan bisnis;
 - b. Memperluas akses pemasaran produk UMKM obat bahan alam dan kosmetik;
 - c. Meningkatkan branding dan promosi produk UMKM obat bahan alam dan kosmetik;
 - d. Mendorong penciptaan inovasi produk UMKM obat bahan alam dan kosmetik sesuai dengan kebutuhan mitra; dan/atau
 - e. Mendapatkan pendampingan dalam mempertahankan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing UMKM.

3. Manfaat bagi mitra:
 - a. Meningkatkan citra sebagai mitra yang mendukung UMKM obat bahan alam dan kosmetik;
 - b. Mendapatkan dukungan jaminan ketersediaan produk obat bahan alam dan kosmetik yang terjamin keamanan, khasiat/manfaat, dan mutunya;
 - c. Membuka peluang pengembangan dan diversifikasi bisnis melalui penyediaan obat bahan alam dan kosmetik; dan/atau
 - d. Promosi usaha dalam bentuk kolaborasi dengan UMKM mitra.

C. Istilah dan Definisi

Dalam Juklak ini, yang dimaksud dengan:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.
4. Obat Bahan Alam adalah bahan, ramuan bahan, atau produk yang berasal dari sumber daya alam berupa tumbuhan, hewan, jasad renik, mineral, atau bahan lain dari sumber daya alam, atau campuran dari bahan tersebut yang telah digunakan secara turun temurun, atau sudah dibuktikan berkhasiat, aman, dan bermutu, digunakan untuk pemeliharaan kesehatan, peningkatan kesehatan, pencegahan penyakit, pengobatan, dan/atau pemulihan kesehatan berdasarkan pembuktian secara empiris dan/ atau ilmiah.

5. Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar, atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.
6. Badan Pengawas Obat dan Makanan yang selanjutnya disingkat BPOM adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan.
7. Unit Pelaksana Teknis di lingkungan BPOM yang selanjutnya disebut UPT BPOM adalah organisasi yang bersifat mandiri yang melaksanakan tugas teknis operasional di bidang pengawasan obat dan makanan.

D. Kriteria

1. Kriteria UMKM

Kriteria UMKM yang dapat menjadi target kolaborasi dalam Program UMKM *Meet Market* antara lain:

- a. UMKM yang memproduksi obat bahan alam dan/atau kosmetik yang telah memiliki nomor izin edar dengan rekam jejak yang baik;
- b. UMKM dengan produk obat bahan alam dan/atau kosmetik yang dapat memenuhi kebutuhan mitra; dan
- c. UMKM yang dapat memanfaatkan *platform* digital.

2. Kriteria mitra

Kriteria mitra yang dapat menjadi target kolaborasi dalam Program UMKM *Meet Market* adalah Kementerian/Lembaga/Organisasi Pemerintah Daerah/Badan Usaha/Asosiasi yang memiliki program, media dan/atau *platform* pemasaran produk.

E. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan Program UMKM *Meet Market* meliputi:

1. Tahap Pemilihan Mitra
 - a) Menginventarisasi peluang kerja sama dengan mitra berdasarkan:
 - 1) Memiliki komitmen pengembangan UMKM;
 - 2) Mempunyai media pemasaran baik secara elektronik dan/atau non elektronik; dan/atau
 - 3) Memperhatikan rekam jejak mitra.
 - b) Mengidentifikasi kebutuhan mitra antara lain jenis produk, kuantitas produk, pengiriman dan pembayaran; dan
 - c) BPOM melakukan komitmen kerja sama dengan mitra.
2. Tahap Seleksi UMKM
 - a) Inventarisasi UMKM Obat Bahan Alam dan Kosmetik berdasarkan kebutuhan mitra; dan
 - b) Kurasi UMKM Obat Bahan Alam dan Kosmetik berdasarkan:
 - 1) Legalitas produk;
 - 2) Rekam jejak UMKM; dan/atau
 - 3) Telah memproduksi minimal 3 tahun.
3. Penyusunan katalog produk (jika diperlukan).
4. Peningkatan literasi bisnis dalam rangka persiapan temu bisnis dengan materi antara lain *branding*, *marketing*, teknik negosiasi, dan *public speaking*.
5. Tahap Temu Bisnis yaitu BPOM menginisiasi pertemuan kegiatan temu bisnis antara mitra dan UMKM dengan mekanisme kegiatan pameran, presentasi produk dan/atau penjelasan tatap muka.

F. Logo Program

Logo Program UMKM *Meet Market* sebagai berikut:



G. Pemantauan dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan program UMKM *Meet Market* meliputi pemantauan keberlanjutan kerja sama, evaluasi dan rekomendasi optimalisasi program. Pemantauan dan evaluasi dilakukan paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun atau sewaktu-waktu jika diperlukan yang disampaikan kepada Kepala BPOM melalui Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik.

H. Pendanaan

Sumber pembiayaan Program UMKM *Meet Market* dapat berasal dari BPOM dan/atau mitra yang berasal dari pembiayaan yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

I. Penutup

Petunjuk pelaksanaan ini agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

ttd.

TARUNA IKRAR